

УДК 33.330.1

Марчук Анна Васильевна

студентка,

Прилуцкая Надежда Анатольевна

д.э.н.,

Брестский государственный технический университет,

г. Брест, Республика Беларусь

ВЗАИМОСВЯЗЬ ПСИХОЛОГИИ И ЭКОНОМИКИ

Currently, there are many economic laws and regularities, but no one will ever be able to accurately and confidently predict whether a product will be sold, what its modification is preferred by the consumer and how the demand changes in the nearest Time. Economics as a special discipline always focused on a person of rational type, able to be guided by common sense and understanding of their own benefit. At the moment, the state of the socio-economic system is characterized by a high level of variability and volatility. The ability to predict their appearance becomes an important indicator of successful economic activity.

Нельзя утверждать, что экономическая психология есть продукт слияния психологии и экономики. В период зарождения и развития психологии как науки, сначала не было принято обращать внимание на производственные сферы. Они сравнивались с часовым механизмом, который автономно и предсказуемо работает все время, его поведение и законы неизменны. Мнение было изменено при «влиянии извне» – растущий интерес к сферам управления и организации труда подтолкнул психологов к изменению мнения насчет взаимосвязи экономики и психологии. Общая психология выявляет и структурирует самые общие теоретические принципы и закономерности психологии, а также базовые психологические понятия. Экономическая психология же стала ветвью психологии, которая направлена на изучение психологических закономерностей, свойственных именно сфере хозяйственной деятельности, экономических отношений, опираясь при этом на результаты общепсихологических исследований.

В настоящее время структура экономической психологии разделилась на три раздела:

– Рынок, где рассматривается психология потребителя и ведения домашнего хозяйства;

– Бизнес, где рассматриваются психологическое поведение и особенности индивида в качестве предпринимателя, ведение

переговоров, коммерческая тайна, заключение сделок, конкуренция и т.п.;

– Отношения, где рассматривается гражданин и общество (прибыли, безработица, налоги, инфляция, и др.).

Важнейшая проблема экономической психологии – изучение психологии предпринимательства, выявление личностных качеств, характерных для психологического портрета предпринимателя. Существует портрет «идеального» предпринимателя – это личность, которой свойственны определенные черты характера: стремление к самореализации, стрессоустойчивость, общительность, умение принимать рискованные действия и активность. Ученые выделили личностные характеристики, постоянно демонстрируемые теми, кто добивается успеха:

- поиск возможностей и инициатива;
- упорство и настойчивость;
- готовность к риску;
- ориентация на эффективность и качество;
- вовлеченность в рабочие контакты;
- целеустремленность;
- информированность;
- систематическое планирование и наблюдение;
- способность убеждать и устанавливать связи;
- независимость и уверенность в себе.

Но это все относительно, так как для каждого общества характерен свой психологический тип предпринимателя, формирующийся и изменяющийся в результате приспособления и отбора под воздействием факторов культуры и социальной атмосферы.

Из всего вышесказанного видно, что экономическая психология ставит проблемы, которые не получили развития в экономике. Она призвана изучать экономические процессы через призму психологии. Это новая сфера образования, специалисты которой востребованы в настоящее время. Из всего вышесказанного можно сделать вывод, что копящиеся в процессе экономической эволюции общества проблемы и неясности доказывают, что без тщательного изучения факторов психологии в экономическом поведении людей нельзя прогнозировать экономические модели развития, которые будут достаточно эффективны.

Список использованных источников:

1. Цирихова Н.В. Экономическая психология: история и современность // Молодой ученый. – 2011. – №12. Т.2. – С. 76-79. – URL <https://moluch.ru/archive/35/3945>.

УДК 39.95:31

Монятовська Анастасія Анатоліївна

студентка гр. МОМ-18,

Рудківська Анна Юльянівна

к.е.н., доцент,

Житомирський державний технологічний університет,

м. Житомир

ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛІННЯ НА ЗАСАДАХ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

Practically presently the range of problems of grant to the interested persons of quality and timely information notdecided to the end about functioning of stock association. Itexists traditionally, in connection with that beginning fromfounding of corporate forms of doing business, joint-stockproperty gravitated to the private joint-stock companies.

В останні роки невпинно зростає роль інституційних інвесторів, які активно беруть участь в органах управління. Ефективність корпоративного управління залежить від чіткого розподілу функцій між органами управління акціонерними товариством. В Україні чіткий розподіл функцій у сфері корпоративного управління акціонерними товариствами трапляється досить рідко. Про що свідчать результати чисельних міжнародних та вітчизняних досліджень. Виконавчі органи акціонерних компаній, якими володіють мажоритарні акціонери, як правило, повністю підконтрольні, що не забезпечує їх незалежність і призводить до ігнорування прав міноритарних акціонерів та заінтересованих осіб. Однак, економічна ефективність публічного акціонерного товариства оцінюється за багатьма показниками, в першу чергу, з точки зору корпоративного управління – ціною акцій.

Вітчизняні акціонерні товариства у ході вдосконалення системи корпоративного управління повинні ставати соціально відповідальними. Соціальна корпоративна відповідальність – це вільний вибір на користь зобов'язання підвищувати добробут громади через відповідні підходи до ведення бізнесу, а також надання корпоративних ресурсів [1, с. 3]. Тобто в основу принципу закладено гуманність та справедливість, які